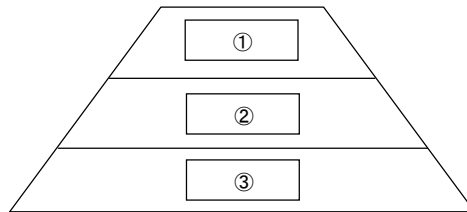


第6回経営者検定試験より抜粋 「企業戦略」

[問題 1]

経営戦略の階層を表す下図の空欄を埋める適切な語句は、次のA～Dの中から選択せよ。



- A ①全社戦略 ②機能別戦略 ③事業戦略
- B ①全社戦略 ②事業戦略 ③機能別戦略
- C ①全体戦略 ②商品戦略 ③事業戦略
- D ①全体戦略 ②事業戦略 ③商品戦略

[問題 2]

内部環境とは、企業にとって統制（コントロール）可能な企業内部の環境のことであり、経営資源のことを指す。経営資源として最も不適切なものをA B C Dの中から選択せよ。

- A 優秀な経営者や従業員
- B 社会的な価値観や文化など
- C 品質の高い自社製品
- D 新製品開発のための技術力

[問題 3]

経営戦略に関する記述で正しいものをA B C Dの中から選択せよ。

- A 企業環境は激変するので頻繁に経営戦略を見直す必要は無い。
- B 組織が戦略に従うことはあるが、戦略が組織に従うことは無い。
- C 経営戦略の本質は、企業を取り巻く環境に適応することである。
- D 撤退戦略は企業規模が縮小するため、採用することは避けるべきである。

[問題 4]

ターゲット・マーケティングでは、セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニングの3つのプロセスを実施する。ターゲティングの説明としてもっとも適切なものは、次のABCDのうちどれか。

- A 市場全体を異質な市場の集合と捉え、市場全体を包括的に考えること
- B 細分化したセグメントを評価し、自社の標的市場を選定すること
- C 市場セグメントの規模と購買力が測定できることを重要な基準とすること
- D ターゲット市場に対し、同質化を図り、同質な価値を安価に提供する戦略をとること

[問題 5]

製品ライフサイクルの順番を正しく並べたものは、次のA~Dの中から選択せよ。

- A 誕生期 ⇒ 成長期 ⇒ 活動期 ⇒ 撤退期
- B 導入期 ⇒ 活動期 ⇒ 成熟期 ⇒ 撤退期
- C 導入期 ⇒ 成長期 ⇒ 成熟期 ⇒ 衰退期
- D 誕生期 ⇒ 活動期 ⇒ 成長期 ⇒ 衰退期

[問題 6]

製品にも、市場に初めて出されてから、やがて陳腐化し市場から撤退するまでの一生があり、製品ライフサイクルと呼ばれる。市場に導入されたばかりの時期である導入期におけるマーケティングの焦点として最も適切なものをA B C Dの中から選択せよ。

- A 製品差別化によるシェアの防衛
- B 生産性の向上
- C 市場浸透
- D 顧客への製品認知

[問題 7]

ナショナル・ブランドについての次の記述のうち最も不適切なものをABCDの中から選択せよ。

- A メーカーが商品につけたブランドのことで、プライベートブランドの対義語として用いられる用語である
- B ナショナル・ブランドがついている商品は、専門のメーカーが作る製品であることを示し、消費者に品質の良さや信頼性感を与えることができる。
- C 日清食品の「カップヌードル」はナショナル・ブランドである。
- D イオングループの「トップバリュー」はナショナル・ブランドである。

[問題 8]

PPM（プロダクトポートフォリオマネジメント）の分類と戦略の組み合わせで正しいものを次のA B C Dの中から選択せよ。

- A 金のなる木＝成長戦略
- B 花形＝シェアの維持戦略
- C 問題児＝積極的投資による成長戦略または撤収
- D 負け犬＝シェア拡大戦略

[問題 9]

多角化戦略の分類に含まれないものは、次のA～Dの中から選択せよ。

- A 水平型多角化戦略
- B 市場浸透型多角化戦略
- C 垂直型多角化戦略
- D 集中型多角化戦略

[問題 10]

マーケティングプロセスの順番として、正しいものをA B C Dの中から選択せよ。

- A リサーチ ⇒ 環境の分析 ⇒ 市場の選定 ⇒ 戦略の策定
- B 環境の分析 ⇒ リサーチ ⇒ 戦略の策定 ⇒ 市場の選定
- C 環境の分析 ⇒ リサーチ ⇒ 市場の選定 ⇒ 戦略の策定
- D リサーチ ⇒ 環境の分析 ⇒ 戦略の策定 ⇒ 市場の選定

解答「企業戦略」

[問題 1] B

経営戦略は全社戦略・事業戦略・機能別戦略3つの階層からなり、整合した一貫性が必要です。

[問題 2] B

[問題 3] C

[問題 4] B

AとCはセグメンテーションに関する説明。Dは、ポジショニングに関する説明。

[問題 5] C

[問題 6] D

[問題 7] D

【解説】

イオングループは流通業者なので、流通業者のつけた「トップバリュー」はプライベート・ブランドに分類される。

[問題 8] C

PPMにおける各戦略は、金のなる木はシェアの維持、花形はシェアの拡大、問題児は積極投資による成長戦略または撤収、負け犬は撤退が基本戦略です。

[問題 9] B

【解説】市場浸透戦略は多角化の対極的な戦略です。多角化の戦略は、水平型・垂直型・集中型・集成型があります。

[問題 10] C